

функціонально пов'язана з середовищем свого місцезнаходження. При цьому підкреслюється, що забезпечення відтворення інформації – обов'язків і необхідний атрибут будь-якої інформаційної системи.

Власне, первісне розуміння інформації як відомостей зберігалось до середини XX століття – часу трансформації традиційного суспільства в інформаційне. Сьогодні під інформацією розуміється сукупність знань, відомостей, даних і повідомлень, що формуються і відтворюються в суспільстві і використовуються індивідами, групами, організаціями, класами, різними соціальними інститутами для регулювання соціальної взаємодії, суспільних відносин, а також відносин між людьми (суспільством). Отже, інформація поширюється в суспільстві, проходить через свідомість людей і використовується для впливу на суспільні процеси.

### ***Список використаної літератури:***

1. Винер Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и машине / Н. Винер. – М. : «Советское радио», 1968. – 326 с.
2. Иванов В.Ф. Понятия «информация» у разных науках / В. Ф. Иванов // Научові записки Інституту журналістики : наук. зб. ; за ред. В. В. Рuzіна ; КНУ імені Тараса Шевченка – К., 2000. – Т. 1. – С. 71-75.
3. Корогодін В. І., Корогодина В. Л. Інформація як основа життя / В. І. Корогодін, В. Л. Корогодина. – Дубна : Издательский центр «Феникс», 2000. – 208 с.
4. Моль А. Теория информации и эстетическое восприятие. / А. Моль. – М. : Мир, 1966. – 352 с.
5. Словник іншомовних слів: 23 000 слів / Л. О. Пустовіт, О. І. Скопненко, Г. М. Сюта, Т. В. Цимбалюк. – К. : «Довіра», 2000. – 1018 с.
6. Шеннон К. Математическая теория связи. / К. Шеннон / В кн.: Работы по теории информации и кибернетике. – М. : Изд-во ин. лит., 1963. – 830 с.

### ***ІГНАТЬЄВА ІРИНА ІГОРІВНА***

Національний університет “Одеська юридична академія”,  
доцент кафедри соціології та психології, кандидат політичних наук

### **СПОЖИВАННЯ ЯК ФОРМА ГРОМАДСЬКОЇ УЧАСТІ: ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВИМІР**

Поряд із вивченням відносно традиційних форм політичної та громадської участі – голосування, участі у протестах та демонстраціях, висунення на виборну посаду, вкрай актуальним видом громадської участі представляється бойкотування товарів та послуг.

Бойкотування товарів, що продиктовано політичними або іншими ідеологічними мотивами, в англomовній літературі отримало назву

“consumer activism” – дослівно, споживчий активізм. Споживчий активізм означає мобілізацію споживачів з ціллю демонстрації певної політичної позиції. Відмова від покупки товарів або послуг є сигналом для компаній, які виробляють або реалізують конкретні товари про те, що дії компанії суперечать переконанням споживачів.

Перші випадки колективного споживчого активізму датують ще двадцятьма роками двадцятого сторіччя. Американські історики наводять наступні приклади споживчого активізму: бойкот туристичних послуг в Південній Кароліні в знак протесту проти прапора Конфедерації; бойкот небезпечних та дорогих продуктів домогосподарками у 30-ті роки, протест проти низьких норм праці та інші [3,100]. Споживчий активізм є доволі поширеним явищем і в сучасному американському суспільстві [1].

Аналіз психо-поведінкових показників за п’ятифакторною моделлю Big 5 демонструє схильність респондентів до екологічно відповідального споживання. Так Якоб Б. Хірш за результатами опитування 2690 респондентів у Німеччині виявив високі показники за шкалами “Доброзичливість” та “Відкритість”, та помірні, але суттєві, щодо “Сумлінності” та “Невротизму” [2]. Такі результати є підтвердженням того, що сумлінні респонденти вважають охорону навколишнього середовища своїм громадянським обов’язком.

Сучасне українське суспільство зазнало масової хвилі бойкотування вироблених в Росії товарів, що було викликано ескалацією збройного конфлікту в Донецькій та Луганській областях та анексією Криму. Цей бойкот знайшов широку підтримку серед політичного істеблішменту та у ЗМІ. За результатами онлайн – опитування, проведеного Kantar TNS у березні 2015 року, більшість респондентів (58%) позитивно оцінили бойкот російської продукції, близько 45% особисто брали участь в акціях. Традиційно Західна Україна продемонструвала більш високу активність у порівнянні з іншими регіонами – 71% респондентів бойкотували російські товари, при цьому тільки 60% респондентів з Києва та Північної України підтримали бойкот. Найнижчі результати було зареєстровано у східному та південному регіонах. Цікаво, що чоловіки частіше, ніж жінки вдаються до бойкотування товарів, відповідно – 51% та 40%. [5]. Результати дослідження, вочевидь, демонструють значну диференціацію в політичній культурі залежно від регіону. Бойкот російської продукції в Україні добре організовано та мало пов’язано з конкретними товарами. Тим не менш в Україні існує чимало інших форм споживчого активізму. Наслідуючи міжнародні тренди, українці підтримують екологічне споживання та відповідальне відношення до праці найманих працівників. Попередні дослідження виявили позитивну кореляцію між Відкритістю та споживчим активізмом, інші показники були негативними або незначними [4]. Респонденти, які отримали високу оцінку за показником Відкритості, зазвичай більш схильні випробовувати все нове та наслідувати сучасні тренди.

### ***Список використаної літератури:***

1. Andolina M., Keeter S., Jenkins K., Zukin C. [Електронний ресурс]: Paper prepared for presentation at the annual meeting of the Midwest Political Science Association Chicago, IL April 25-28/ M. Andolina, S. Keeter, K. Jenkins, C. Zukin — Режим доступу: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.598.6772&rep=rep1&type=pdf>
2. Hirsh, J.B., Dolderman, D. Personality predictors of consumerism and environmentalism: A preliminary study./ J. B. Hirsh, D. Dolderman // Personality and Individual Differences. — 2007. — № 43(6). — Pp.1583-1593.
3. Lawrence B. Glickman. The Strike in the Temple of Consumption: Consumer Activism and twentieth-century American Political Culture / Lawrence B. Glickman // The Journal of American History. — June 2001. — Pp. 99-128.
4. Quintelier E. The influence of the Big 5 personality traits on young people's political consumer behavior. / Ellen Quintelier// Young Consumers Insight and Ideas for Responsible Marketers. — 2015. — № 15/4. — Pp. 342-352
5. Що думають українці про вбивство Бориса Немцова та бойкот російських товарів? (2015) Kantar.TNS. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://tns-ua.com/news/chto-dumayut-ukraintsyi-ob-ubiytve-borisa-nemtsova-i-boykote-russkih-tovarov>

### ***ТРЕТЬЯКОВА ТЕТЯНА МИКОЛАЇВНА***

Національний університет «Одеська юридична академія»,  
доцент кафедри соціології та психології, кандидат політичних наук

## **ІНТЕГРАТИВНІСТЬ СУСПІЛЬСТВА В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ**

Варто відмітити, що соціальна система є досить динамічною та відкритою системою, а отже, їй притаманні постійні зміни під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників. Суспільство постійно має адаптуватися до нових вимог, які диктує йому час та, в свою чергу, також продукувати певні інноваційні умови свого вдосконалення. На сучасному етапі розвитку людської цивілізації, в час функціонування інформаційного суспільства, актуалізуються глобальні процеси. Саме вони обумовлюють якісні зміни та системні трансформації суспільств, на які варто звернути увагу та направити наукові пошуки, оскільки від їх результатів залежатиме і майбутнє всієї людської спільноти.

Розпочнемо із загально вживаної інтерпретації глобалізації як все-світнього процесу, тобто такого, що за своїм масштабом охоплює весь світ, не залежно від центрального чи периферійного розташування країни, та характеризується системною інтеграцією і уніфікацією. Системність процесу вказує на його універсальний ха-